GLI UNDICI PRINCIPI DELLA PROPAGANDA
di Joseph Goebbels

I. Principio della semplificazione e del nemico unico
E' necessario adottare una sola idea, un unico simbolo. E, soprattutto, identificare l'avversario in un nemico, nell'unico responsabile di tutti i mali.

II. Principio del metodo del contagio
Riunire diversi avversari in una sola categoria o in un solo individuo.

III. Principio della trasposizione
Caricare sull'avversario i propri errori e difetti, rispondendo all'attacco con l'attacco. Se non puoi negare le cattive notizie, inventane di nuove per distrarre.

IV. Principio dell'esagerazione e del travisamento
Trasformare qualunque aneddoto, per piccolo che sia, in minaccia grave.

V. Principio della volgarizzazione
Tutta la propaganda deve essere popolare, adattando il suo livello al meno intelligente degli individui ai quali va diretta. Quanto più è grande la massa da convincere, più piccolo deve essere lo sforzo mentale da realizzare. La capacità ricettiva delle masse è limitata e la loro comprensione media scarsa, così come la loro memoria.

VI. Principio di orchestrazione
La propaganda deve limitarsi a un piccolo numero di idee e ripeterle instancabilmente, presentarle sempre sotto diverse prospettive, ma convergendo sempre sullo stesso concetto. Senza dubbi o incertezze. Da qui proviene anche la frase: "Una menzogna ripetuta all'infinito diventa la verità".

VII. Principio del continuo rinnovamento
Occorre emettere costantemente informazioni e argomenti nuovi (anche non strettamente pertinenti) a un tale ritmo che, quando l'avversario risponda, il pubblico sia già interessato ad altre cose. Le risposte dell'avversario non devono mai avere la possibilità di fermare il livello crescente delle accuse.

VIII. Principio della verosimiglianza
Costruire argomenti fittizi a partire da fonti diverse, attraverso i cosiddetti palloni sonda, o attraverso informazioni frammentarie.

IX. Principio del silenziamento
Passare sotto silenzio le domande sulle quali non ci sono argomenti e dissimulare le notizie che favoriscono l'avversario.

X. Principio della trasfusione
Come regola generale, la propaganda opera sempre a partire da un substrato precedente, si tratti di una mitologia nazionale o un complesso di odi e pregiudizi tradizionali.
Si tratta di diffondere argomenti che possano mettere le radici in atteggiamenti primitivi.

XI. Principio dell'unanimità
Portare la gente a credere che le opinioni espresse siano condivise da tutti, creando una falsa impressione di unanimità.